



**Avant de soumettre votre ICE pour enregistrement, vérifiez si vous avez pris en considération tous les aspects suivants:**

- 1. Votre idée**
- La question que vous soulevez est-elle de nature européenne?  
Relève-t-elle d'une compétence de la Commission européenne?  
Est-elle admissible en vertu du règlement sur l'ICE?
- Conseils: Vous pouvez prendre contact avec le Forum de l'initiative citoyenne européenne pour obtenir un avis quant à savoir si votre ICE relève des compétences de la Commission européenne. Vérifiez toutes les opportunités: [vous trouverez de l'aide à portée de main!](#)*
- 2. Connaissances**
- Avez-vous lu les règles relatives à l'ICE?  
Comprenez-vous toutes les étapes administratives et organisationnelles que comporte ce processus?  
Avez-vous essayé de consulter d'autres organisateurs d'ICE afin de comprendre ce que signifient ces exigences dans la pratique?
- Conseils: Plus de 70 ICE ont été enregistrées à ce jour et ont permis d'acquérir une expérience considérable et précieuse. Il importe de ne pas sous-estimer la valeur des enseignements que l'on peut retirer de ces bonnes pratiques et de compléter vos connaissances en étudiant des documents officiels contenant des histoires et des exemples réels de la campagne.*
- 3. Objectif**
- Avez-vous un objectif clair?  
Est-il réaliste?
- Conseils: N'oubliez pas qu'une ICE consiste avant tout à définir des priorités! Si votre but est un changement immédiat de la législation, envisagez de recourir à un autre instrument.*
- 4. Formulation**
- Pouvez-vous exprimer votre objectif en termes simples? Êtes-vous prêt à mener votre campagne dans différentes langues officielles de l'UE?
- Conseils: Si vous souhaitez que votre campagne attire le plus de soutiens possible, vous devez être prêt à parler dans leur langue, d'une manière qui soit compréhensible pour tous. Cela signifie que le message doit être clair, non seulement pour les professionnels, mais aussi pour les profanes. Gérer une campagne paneuropéenne implique également le recours à la traduction. La Commission européenne traduira le contenu principal de votre initiative mais vous devrez compter sur vos propres ressources pour traduire votre matériel de campagne.*
- 5. Calendrier**
- Votre proposition intervient-elle à un moment opportun?  
Des travaux politiques sont-ils en cours dans ce domaine?  
Quel est leur état d'avancement?
- Conseils: Soyez conscient du fait que les processus législatifs peuvent s'étendre sur plusieurs années et nécessitent de nombreuses consultations avant d'être finalisés. Si votre proposition suppose des changements complexes dans la législation de l'UE ou intervient peu après l'adoption d'une nouvelle proposition, il pourrait être plus indiqué d'utiliser d'autres instruments pour atteindre vos objectifs.*
- 6. Partenaires**
- Avez-vous trouvé des partenaires motivés (au moins 6 autres personnes pour former le groupe d'organiseurs requis)? Qui détermine et coordonne la façon dont vous menez votre campagne? Comment communiquerez-vous les uns avec les autres?
- Conseils: Organiser des campagnes parallèles dans plusieurs États membres requiert une coordination et une communication excellentes entre les partenaires. Vous pouvez convenir de principes et mener des campagnes locales indépendantes, ou envisager des initiatives transfrontières. Certaines ICE ont décidé de maintenir un coordinateur principal à Bruxelles, afin de garantir un accès rapide et facile aux institutions de l'UE en cas de réunions importantes les concernant.*



## 7. Date de lancement

Avez-vous bien réfléchi à votre date de lancement, en gardant à l'esprit que vous avez jusqu'à six mois après l'enregistrement de votre initiative pour démarrer votre campagne de collecte? Tenez également compte du fait que la mise en place et la certification de votre propre système de collecte en ligne (option disponible jusqu'à fin 2022) peuvent prendre plusieurs semaines.

Envisagez-vous d'organiser un événement de lancement officiel?

*Conseils: Il n'est pas facile d'attirer l'attention d'un grand nombre de personnes en même temps. Il est encore plus difficile d'intéresser les médias à votre question. Organiser un grand événement de lancement dans un ou plusieurs États membres peut vous aider à atteindre cet objectif.*

## 8. Communication

Êtes-vous prêt à présenter votre ICE à tous les soutiens potentiels, même aux plus critiques?

Avez-vous dressé une liste d'organisations/réseaux/groupes/institutions susceptibles d'être intéressés par le sujet?

Avez-vous créé des comptes sur les réseaux sociaux?

Avez-vous trouvé des partenaires médiatiques potentiels qui seraient intéressés par le sujet?

Avez-vous réfléchi à une campagne et une stratégie média?

Avez-vous pensé à développer une identité visuelle, y compris un logo, pour votre campagne?

*Conseils: Soyez prêt à répondre à des questions non seulement sur le contenu, mais également sur l'ICE en tant qu'outil! Consultez les publications existantes sur l'ICE.*

*Utilisez le matériel mis à disposition dans toutes les langues de l'UE par la Commission européenne pour expliquer l'ICE et demandez conseil aux experts du Forum de l'ICE pour élaborer votre stratégie de communication.*

## 9. Gestion

Êtes-vous prêt à impliquer de nombreux soutiens actifs: nouveaux partenaires, bénévoles, etc.?

Comment communiquerez-vous avec eux?

Comment allez-vous organiser leur travail et coordonner leurs activités?

Êtes-vous disposé à les former de manière générale sur l'ICE et en particulier sur votre propre initiative?

Comment comptez-vous motiver vos partenaires lorsque, en dépit de leurs efforts, peu de gens souscriront à votre ICE?

*Conseils: Beaucoup d'ICE dépendent dans une grande mesure du travail des bénévoles. N'oubliez pas qu'ils ont besoin d'une information claire sur ce qu'ils doivent faire et comment communiquer sur l'ICE. Ils devront également savoir comment remplir les formulaires afin de pouvoir fournir toutes les données requises et qu'aucune signature ne se perde!*

*De nombreuses ICE précédentes ont souligné l'importance du facteur «motivation». Seules quelques-unes parmi elles ont à ce jour atteint le seuil de 1 million de signatures, et il est dès lors extrêmement important de maintenir le moral de l'équipe, surtout dans les moments où on collecte peu de signatures.*

## 10. Finances

Préparez une liste des dépenses qui sera très détaillée et couvrira tant l'impression de milliers de formulaires de soutien que l'achat des billets d'avion nécessaires pour permettre aux organisateurs de se réunir ou de présenter leur campagne lors de conférences.

*Conseils: Certains organisateurs lèvent des fonds auprès de leurs soutiens, tandis que d'autres comptent sur les contributions émanant de grandes organisations. Pour récolter des fonds, certains organisateurs ont également vendu des articles promotionnels portant le logo de la campagne. L'argent n'est pas toujours indispensable, mais vous devrez réfléchir à trouver des bénévoles capables par exemple de vous aider dans la traduction, l'impression, les actions de rue ou encore la gestion de votre campagne en ligne..*

**Si vous avez coché tous ces points,  
vous êtes prêt à relever le défi de la gestion d'une campagne ICE!**

Plus d'infos: [www.eesc.europa.eu/eci](http://www.eesc.europa.eu/eci) • ICE Registre officiel: <https://europa.eu/citizens-initiative>



Comité économique  
et social européen